

SKRIPSI
PUBLIC RELATIONS DAN CORPORATE IMAGE
**Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam
Meningkatkan *Corporate Image* Melalui Djarum Foundation Bakti Olahraga
Beasiswa Bulutangkis di PT Djarum**



Diusulkan oleh:

FATONI GURUH INDARTO
L100070053

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diujikan
oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

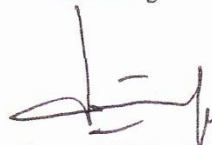
Hari : *Jenin*
Tanggal : *28/5/2012*

Pembimbing I



(Drs. Hamid Arifin, M.Si)

Pembimbing II



(Dian Purworini, S.Sos, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PUBLIC RELATIONS DAN CORPORATE IMAGE

**Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam
Meningkatkan *Corporate Image* Melalui Djarum Foundation Bakti Olahraga
Basiswa Bulutangkis di PT Djarum Kudus**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

FATONI GURUH INDARTO

NIM. L100070053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 25 Juni 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Hamid Arifin, M.Si

2. Dian Purworini, S.Sos.,MM

3. Agus Triyono, S.Sos.,M.Si

(.....)
(.....)
(.....)

Surakarta,

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrin, M.T.,Ph.D.

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta,



Fatoni Guruh Indarto
NIM. L100070053

MOTTO

Aku mempelajari satu bab saja dari ilmu, kemudian aku mengajarkannya kepada saudaraku (Muslim) yang lain. Maka itu jauh lebih aku cintai daripada aku memiliki dunia ini, dan menginfakkan seluruhnya di jalan Allah SWT...

(Imam Hasan Al Bashri)

Pelajarilah Ilmu ; karena dengan ilmu akan menimbulkan rasa takut kepada Allah SWT, dengan mempelajari ilmu itu termasuk ibadah, menelaahnya dianggap membaca tasbih, membahasnya setara dengan takbir, mengajarkan kepada orang lain dihitung sedekah, dan mendiskusikannya dengan pakar yang lain dianggap sebagai suatu kedekatan kepada Allah SWT...

(Muadz Ibn Jabal)

Ilmu merupakan pusaka Nabi dan Rasul, sedangkan harta merupakan pusaka Karun dan Fir'aun, maka ilmu itu lebih utama daripada harta...

(Ali Ibn Abu Jhalib)

PERSEMBAHAN

Tiada terasa telah Kulalui detik- detik yang begitu berharga dalam hidup ini,

hingga terselesaikannya sebuah karya Sederhana yang ingin penulis

persembahkan kepada :



Ayah dan Ibu ku



Kakakku Yeyek dan Marlina



Alm. Abdul Yatim

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr,wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi besar Muhammad SAW, atas segala kasih dan rahmatnya, sehingga penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Public Relations dan Corporate Image* (Studi Deskriptif Kualitatif Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam Meningkatkan *Corporate Image* Melalui Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis di PT Djarum).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan keterbatasan yang penulis miliki. Melalui penelitian skripsi ini, penulis berharap dapat berbagi pengetahuan bagi siapapun, khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa Konsentrasi *Public Relations*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis banyak mendapatkan bantuan dan *support* dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas rahmat-Nya yang selalu memberikan semangat dan penyertaan-Nya untuk terus berusaha dan berkarya.
2. Husni Tamrin ST., M.T., PhD selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika.

3. Rinasari Kusuma, S.Sos selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Drs.Hamid Arifin, M.Si selaku pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan bimbingan pada penulis.
5. Dian Purworini, S.Sos., MM selaku pembimbing II yang setiap saat memberikan dukungan, arahan, bimbingan dan motivasi bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi, Arief Fajar, Ika Damayanti, Budi Santoso, Agus Triyono, Latifa Sutrisno dan Ellen M Yasak, yang telah membagi ilmunya dan seluruh staff yang ada di Fakultas Ilmu Komunikasi, Alm. Abdul Yatim, Muji, dan Hemi Suseno yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi perkuliahan.
7. Seluruh karyawan PT Djarum di Kudus, Handoyo Setyo, Eddy Prayitno, Teguh Waspada, Marwan Ardiyansah, Khrisna Budi P dan lain-lain yang telah menerima penulis dan mengijinkan melakukan penelitian di perusahaan.
8. Seluruh atlet-atlet PB Djarum Kudus, Pandu Dewantara, Ana Rovita, Dinar Dyah Ayustine, Adityawarman, dan lain-lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Kedua orangtua dan kedua kakak penulis yang memberikan doa dan restunya kepada penulis.

10. Sahabat-sahabat penulis yang selama ini berada dibelakang proses penyusunan skripsi, Taufan Al-Ghiffari, Syifa Merdekawati, Rian Agung Saputra, Abdullah Ali, Puji Indarwati, dan Andi Aziz. Terima kasih semua.

11. Teman-teman seperjuangan Dery, Arina, Umi, Nona, Dwi, Bahrul, Andreas, Rohman, Irvan, Arif Sugi, Fauzi, Budi, Putradi, Fajar, Syarif, dan semua angkatan 2007 yang tidak bisa ditulis satu persatu, terima kasih atas kebersamaan selama ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran akan sangat membantu bagi kemajuan pembelajaran penulis. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap penelitian ini menjadi berguna bagi pembelajaran semua pihak.

Wassalamu'alaikum wr,wb

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Peran Komunikasi dalam Sebuah Perusahaan.....	9
2.1.2 Urgensi <i>Public relations</i> dalam Sebuah Perusahaan	14
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.4 Keterkaitan CSR dengan <i>Corporate Image</i>	25

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian	29
3.2 Sumber Data	30
3.3 Teknik Pengambilan Informan (Sampling) dan Unit Analisis	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Validitas (Keabsahan) Data	35
3.6 Analisis Data	36

BAB IV. DESKRIPSI PT DJARUM

4.1 Sejarah PT Djarum	40
4.2 Profil Perusahaan	41
4.3 Logo Perusahaan	43

4.4 Struktur Organisasi	43
4.5 <i>Public Relations</i> PT Djarum	45
4.6 Djarum Foundation	46
BAB V. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
5.1 Profil Informan	52
5.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	
Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis.....	55
5.3 Implementasi Fungsi <i>Public Relations</i>	
Dalam Meningkatkan <i>Corporate Image</i> Melalui	
Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis	63
BAB VI. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Model Proses Komunikasi.....	10
Gambar 2.2	Konsep Triple Botton Line.....	21
Gambar 2.3	Impact of a business on its environment.....	23
Gambar 2.4	Organisational Reputation Process.....	26
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1	Diagram Teknik Triangulasi.....	36
Gambar 3.2	Analisis data Miles dan Huberman.....	37
Gambar 4.1	Logo PT Djarum.....	43
Gambar 4.2	Struktur Operasional PT Djarum.....	44
Gambar 4.3	Struktur <i>Public Relations</i> PT Djarum.....	45
Gambar 4.4	Hubungan <i>Public Relations</i>	46
Gambar 5.1	Lokasi Brak tempat pelinting rokok.....	56
Gambar 5.2	Gedung Olahraga (GOR) PB Djarum.....	57
Gambar 5.3	Lapangan Bulutangkis.....	58
Gambar 5.4	Asrama atlet-atlet bulutangkis.....	59

Gambar 5.5	Ruang Perpustakaan dan Internet.....	59
Gambar 5.6	Ruang Fisioterapi dan atlet yang tengah menjalani terapi.....	60
Gambar 5.7	Ruang Fitness Center.....	61
Gambar 5.8	Ruang Serba guna.....	62
Gambar 5.9	Ruang Makan atlet, staff, dan karyawan.....	62
Gambar 5.10	Model Komunikasi.....	69
Gambar 5.11	Website PB Djarum.....	70
Gambar 5.12	Iklan PB Djarum.....	72
Gambar 5.13	Iklan PB DJarum.....	73
Gambar 5.14	Iklan Coaching Clinic PB Djarum.....	74
Gambar 5.15	Majalah Internal PT Djarum Warta Keluarga Djarum	75
Gambar 5.16	Organisational Reputation Process.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Kerja Praktek PT Djarum Kudus.....	1
--	---

ABSTRAKSI

UU No 40 tahun 2007 merupakan peraturan tentang perseroan terbatas yang secara garis besar mewajibkan perseroan terbatas untuk melakukan suatu tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) kepada masyarakat dan lingkungan. Industri rokok bisa dikatakan sebagai “*warm industry*” karena industri tersebut memproduksi barang yang menuai pro kontra dikalangan masyarakat. Sesuai dengan peraturan pemerintah tentang kewajiban industri untuk melakukan suatu tanggung jawab sosial, maka industri rokok juga aktif dalam melakukan sebuah tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Berbagai macam tanggung jawab sosial dilakukan oleh industri rokok, meskipun terkadang bentuk dari tanggung jawab sosial tersebut bertolak belakang dengan produk yang dihasilkan. Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis yang digagas oleh PT Djarum merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang bisa dikatakan bertolak belakang dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Rokok cenderung mempunyai citra yang negatif di mata masyarakat, namun PT Djarum melalui divisi *Public Relations*-nya justru menggagas suatu tanggung jawab sosial perusahaan yang secara garis besar berkaitan dengan kesehatan. Adakah keterkaitan antara tanggung jawab sosial PT Djarum tersebut dengan “*corporate image*”?

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif, yakni dengan melakukan wawancara langsung dengan informan, observasi, serta tinjauan lapangan. Dari analisis tersebut diperoleh bahwa fungsi *Public Relations* PT Djarum dalam meningkatkan *corporate image* melalui Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis berjalan dengan baik dalam membangun citra perusahaan di mata masyarakat.

Keywords : *Public Relations, Corporate Image, Corporate Social Responsibility*